



Componentes para el perfil de egreso del programa emprendedores co-creados a través de una metodología innovadora de diseño curricular

Borges-Croda, Gabriela¹ & Domínguez-Paredes, Ana Laura²

¹Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, Facultad de Educación, Puebla, Puebla, México, gabriela.croda@upaep.mx, 17 Sur 901, Barrio de Santiago, C.P. 72410, Puebla, Pue., México. Tel.: +52 (222)229 94 00 Ext. 76714

²Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, Escuela de Negocios, Puebla, analaura.dominguez01@upaep.mx, 11 Poniente 2309, Barrio de Santiago, C.P. 72410, Puebla, Puebla, México. Tel.: +52 (222)229 94 00 Ext. 7884

Información del artículo arbitrado e indexado en Latindex:

Revisión por pares

Fecha de aceptación: Mayo del 2020

Fecha de publicación en línea: Julio del 2020

Resumen

El objetivo del estudio fue reconocer los componentes para el perfil de egreso del programa emprendedores en una institución de educación superior a través de una metodología innovadora conocida como Design Thinking, la cual invita a la co-creación, colaboración y construcción desde los actores del programa, lo que permite atender las necesidades de formación en emprendimiento de las nuevas generaciones. En el estudio cualitativo de tipo interpretativo participaron 9 estudiantes y 9 profesores de los niveles de licenciatura y posgrado, de los cuales 4 profesores están adscritos al programa emprendedores. El resultado fue la co-creación de los componentes para el perfil de egreso del programa emprendedores entre los que destacan saberes actitudinales referidos a valores y a inteligencia emocional; saberes procedimentales de colaboración y trabajo en equipo y entre los saberes conceptuales se enfatizan los relacionados con el conocimiento del ecosistema emprendedor que permiten concretar el proyecto de emprendimiento.

Palabras clave: Emprendimiento, formación universitaria, innovación curricular, perfil de egreso

Abstract

The objective of the study was to recognize the components for the graduation profile of the entrepreneurs program in a higher education institution through an innovative methodology known as Design Thinking, which invites co-creation, collaboration and creation from the actors of the program, which allows encounter the entrepreneurship needs for the future entrepreneurs. In the qualitative interpretive study, 9 students and 9 professors from the undergraduate and graduate levels participated in the study, of which 4 professors are full-time professors of the entrepreneurship program. The result was the co-creation of the components for the graduation profile of the entrepreneurial program, which stand out attitudes related to values and emotional intelligence; Procedural knowledge includes collaboration and teamwork, and among the conceptual knowledge, those related to the knowledge of the entrepreneurial ecosystem are emphasized the ones that enable the entrepreneurship project to actually happen.

Key words: Entrepreneurship, Undergraduate Education, Curricular Innovation, graduate profile.

1. INTRODUCCIÓN

La formación para el emprendimiento es uno de los propósitos fundamentales de la educación universitaria, ya que con ello se responde a necesidades de formación para la atención de problemáticas de desarrollo, económicas y sociales.

Asimismo, desde principios del siglo XXI y ante el advenimiento de los cambios impulsados por la globalización, los líderes de la educación superior en diversos puntos del mundo comenzaron a direccionar sus esfuerzos en diseñar nuevos modelos educativos y pedagógicos que situarían al estudiante en el centro de su proceso de aprendizaje, reconociendo así la necesidad de innovar los procesos de formación universitaria a fin de dar respuesta a las expectativas, formas y estilos de aprender de los estudiantes.

En este sentido, es relevante recuperar las voces de los actores en los procesos de formación a través de la participación de estudiantes para identificar las necesidades de formación desde su propia perspectiva, así como los aportes de profesores para recuperar su experiencia y sus saberes para mejorar los procesos de formación universitaria.

Por lo anterior, se diseñó una estrategia innovadora para el diseño curricular basada en la metodología design thinking, la cual promueve procesos de reflexión colaborativa para la co-creación y la generación de ideas en comunidad.

Esta metodología, por medio de la colaboración, permite romper silos entre los participantes lo que resulta en un proceso en el que las ideas y experiencia de los participantes son tomadas en cuenta lo que permite una hiperpolinización de saberes y como resultado una innovación en un producto diferente en el que todos construyen una nueva perspectiva.

Dicha metodología se caracteriza por el uso de técnicas colaborativas, que favorecen la socialización, la creatividad y aportan ideas a los procesos de co-creación, por ser eminentemente participativas y basadas en dinámica grupal dirigida.

En este sentido, la identificación de los componentes para el perfil de egreso del programa emprendedor mediante la estrategia

innovadora basada en el design thinking promovió entre los actores educativos, estudiantes y profesores, convocados para participar en el estudio, procesos de reflexión, diálogo e intercambio de ideas sobre el contexto del emprendedor y las necesidades de formación en emprendimiento y en el proceso de emprender derivado del programa emprendedor que se cursa durante la formación universitaria.

2. MARCO TEÓRICO

El avance y evolución en la generación del conocimiento y la integración de saberes brindan la oportunidad de abordar con pertinencia las actuales y complejas problemáticas del contexto desde perspectivas interdisciplinarias, como es el caso de la formación y desarrollo de emprendedores en el nivel universitario para atender a las necesidades de desarrollo económicas y sociales que no han sido atendidas mediante propuestas de emprendimiento con impacto social.

La educación superior ha de demostrar su capacidad para responder a tal necesidad de formación y participar activamente en "los procesos de mundialización del conocimiento y en la formación de personas calificadas con estándares internacionales para atender las necesidades que se presentan a nivel local." (ANUIES, 2016, p. 21)

Las instituciones de educación superior asumen su función social de contribución al desarrollo social y territorial con nuevos enfoques que promuevan el desarrollo de las potencialidades de los estudiantes, la reflexión crítica, la formación para la ciudadanía y la preparación para la vida en situaciones inciertas características del cambio de época.

Asimismo, las universidades tienen el reto de favorecer el incremento de la competitividad del país, a través de la formación de profesionistas de alta calidad. Las estrategias académicas constituyen la clave para que los egresados enfrenten de manera exitosa el alto nivel de demandas del contexto globalizado y participen con emprendimientos.

Las instituciones de educación superior deberán ser capaces de responder a los cambios que se están presentando en el mercado laboral: "mayor competencia por empleos dignos y bien remunerados; flexibilización, precarización e informalidad laboral; pérdida de estabilidad y seguridad en el empleo; creciente rotación de puestos de trabajo; mayores exigencias de calificación y capacidad para crear organizaciones productivas para auto emplearse y a la vez generar empleo" (ANUIES, 2016, p. 24).

Lo anterior implica generar alternativas innovadoras para implementar nuevas maneras de diseñar las propuestas formativas, así como recuperar las voces de los actores educativos mediante procesos de colaboración y construcción social.

2.1. Innovación en los procesos de diseño curricular

A través de una estrategia innovadora basada en la metodología de design thinking que responde a las tendencias en diseño curricular que tienen como referente un enfoque pedagógico progresista que "trata de permitir que los aprendices tengan la oportunidad de ser una fuente para su propio conocimiento por medio del aprendizaje activo" (Deeley, 2016, p. 45)

Las necesidades de aprendizaje de las generaciones de la sociedad del conocimiento requieren métodos y medios desafiantes para su enseñanza. Las clases magistrales con la diada profesor-alumno, hasta ahora la principal herramienta de aprendizaje formal utilizada por décadas para la transmisión del conocimiento, necesitan ser sustituidas por metodologías innovadoras y dinámicas.

El curriculum, como proyecto tentativo de formación que integra determinados saberes culturales, es producto de un proceso de "debate siempre vivo, inacabado y escurridizo, porque refleja el carácter abierto, plural y cambiante de la sociedad y de la cultura, a lo que en el plano de la educación hay que responder con flexibilidad, diálogo y cierta dosis de relativismo, aunque con claridad" (Gimeno, 2012, p. 40).

De acuerdo con ello, propiciar espacios para la reflexión, el diálogo y el

reconocimiento de las necesidades de formación, ofrece oportunidades para lograr propuestas de formación con pertinencia social

Asimismo, la definición del perfil de egreso como elemento guía en el diseño curricular, en este caso del programa emprendedor, basado en un enfoque competencial, representa la oportunidad de promover una formación integral y situada que supere los enfoques educativos tradicionales.

Respecto al enfoque competencial, la forma en que los estudiantes desarrollan una competencia está directamente relacionada con las exigencias provenientes de su entorno académico, que les demanda el uso de ciertos conocimientos, habilidades o valores. Cuando la situación lo exige, el estudiante se ve en la necesidad de desarrollar y utilizar cierta competencia, pero si los requisitos académicos cotidianos nunca lo demandan, el estudiante no practicará ni desarrollará competencia alguna; existirá como concepto únicamente.

De lo anterior, deriva la importancia de incorporar los planes de estudio se diseñen por competencias, entendidas como:

La expresión concreta de los recursos que pone en juego el individuo cuando lleva a cabo una actividad, y que pone el énfasis en el uso o manejo que el sujeto debe hacer de lo que sabe, no del conocimiento aislado, en condiciones en las que el desempeño sea relevante. (Malpica, citado en Huerta, J., Pérez, S. y Castellanos, A., 2000, p. 3)

Sáenz y López (2015) clasifican aquellas competencias que no solo ayuden a cualquier persona emprendedora a tener éxito, sino han puesto también interés en aquellas competencias que en la literatura se consideran claves para fomentar el desarrollo de una persona emprendedora. Para estos investigadores, las competencias de emprendimiento se pueden englobar en los siguientes bloques:

Competencias relacionadas con las tareas o trabajos a realizar: en este bloque se encuentra la innovación y la creatividad, reconocimiento de oportunidades para el emprendimiento, toma de decisiones, planificación y gestión, resolución de problemas y administración del tiempo.

Competencias respecto a las relaciones sociales: se encuentran el liderazgo, construcción de relaciones efectivas, trabajo en equipo, comunicación, motivación, organización, delegación y gestión de personas.

Competencia filosófica y ética: en este bloque reconocen la importancia de un código y sentido ético, conciencia del otro, pensamiento crítico y la implicación en la realidad social.

Competencias respecto al desarrollo de capacidades personales: Aquí están la iniciativa y proactividad, autonomía, adaptabilidad, tenacidad y perseverancia, confianza en sí mismo y actitud positiva, control interno y responsabilidad, dominio del estrés y tolerancia a la frustración e incertidumbre así como la capacidad de asumir riesgos.

Estas competencias tienen como fin, dotar a las personas de características que le permitan desarrollarse como emprendedor en cualquier ámbito de la vida, siempre y cuando, su motivación principal sea generar un cambio social profundo e incidir en la solución de problemáticas prioritarias a nivel social

2.2. Emprendimiento, emprendedor y design thinking

Con relación al ámbito de la formación, en este apartado se desarrolla la noción de emprendimiento, así como, la importancia de la innovación y la creatividad en el emprendimiento, las metodologías de innovación, en particular, design thinking y las habilidades esenciales de los emprendedores.

De acuerdo con Matthwes y Brueggemann (2015) el emprendimiento se define como la creación de valor por medio de una empresa para diferentes actores, entre ellos se encuentran los clientes, empleados, comunidades e incluso países. Es la disciplina de transformar ideas en acción. El emprendimiento es una mentalidad que puede empoderar a personas ordinarias a logros extraordinarios.

El emprendimiento, denominado por el término anglosajón "entrepreneurship", es un tema que ha cobrado relevancia la investigación científica. El interés en el emprendimiento se sustenta en la evidencia de

su aportación al crecimiento económico, al rejuvenecimiento del tejido socio-productivo, al relanzamiento de los espacios regionales, a la dinamización del proceso innovador y a la generación de nuevas fuentes de empleo (Sánchez, et al., 2017)

Dado lo anterior, es fundamental impregnar tanto la mentalidad como el espíritu emprendedor en los currícula para formar estudiantes con competencias relevantes que los forme para desempeñarse en un entorno de incertidumbre y en contextos cambiantes y complejos.

La función del emprendimiento, es atender las necesidades de los mercados que no están satisfechas o que no están siendo atendidas completamente. Por lo tanto, el emprendimiento se puede encontrar en diferentes ámbitos, y reconoce una oportunidad de negocio, el manejo adecuado del riesgo, el manejo de los recursos (personas, dinero y materiales) que hacen que la empresa florezca. Asimismo, el emprendimiento, también se puede definir como una forma de pensar, razonar, actuar de una forma balanceada en la que el liderazgo juega un papel sumamente importante dado que éste último junto con el propósito del emprendedor llevará esa idea a la ejecución y posteriormente a la implementación.

El emprendimiento no solo se refiere a la creación de nuevas empresas, se entiende como una competencia que engloba un conjunto de habilidades y destrezas entre las que destacan la creatividad, el liderazgo, el trabajo en equipo, la innovación, la toma de decisiones, todas ellas demandadas en el ámbito personal, social y profesional que en el fondo implica el desarrollo de una cultura emprendedora (Flores-Aguilar, 2019)

De acuerdo con Matthwes y Brueggemann (2015), los pasos para emprender se originan a partir de una idea, que conforme pasa el tiempo se va moldeando hasta que de esa idea se genera un concepto.

Después del concepto sigue la formulación que detalla los pasos para que la nueva empresa pueda operar, durante esta fase se pueden incluir planes formales e informales. La última etapa es la de implementación, en la que de manera

imparable el emprendedor logra que su empresa exista.

Para que el emprendimiento exista, debe contar con los siguientes elementos: El emprendedor en el que se encuentran sus habilidades de creatividad, liderazgo, comunicación, el ambiente que lo conforma la incertidumbre, ambigüedad y las fuerzas ajenas al emprendedor, el compromiso por medio de identificar la oportunidad, los recursos, el equipo y el enfoque en la empresa que puede ser el producto, servicio y competencia.

Todo lo anterior, crea valor para múltiples actores. Así que, el emprendedor, es el individuo, que solo o con un equipo administra el riesgo, los recursos para crear pequeños negocios o hacer crecer empresas de manera acelerada. Es importante recalcar que los inventores e innovadores no son sinónimos de emprendedores.

El emprendedor es el centro del proceso del emprendimiento y al decidir emprender tendrá que ser versátil y adaptar distintos roles para implementar su proyecto con éxito. Entre las habilidades más importantes a desarrollar se encuentran la creatividad, liderazgo y comunicación.

La creatividad del emprendedor es lo que logra que se dé un cambio. Por su liderazgo, se entiende esta parte de trasladar sus ideas en acción y hacerlas realidad sobrepasando los obstáculos, trabajando con otros para comprender qué necesidades necesitan priorizarse para lograr objetivos en común. Por último, en cuanto a la comunicación, el emprendedor necesita comunicar su idea de una forma efectiva, por efectiva se entiende que sea clara, precisa y concisa.

Diversos autores como Neck, Greene y Brush (2014) sustentan que el emprendimiento y las habilidades de los emprendedores son más efectivas si éstas se forman desde la perspectiva de un método innovador, ya que los ambientes de emprendimiento son ambiguos y de incertidumbre por lo que difícilmente se puede predecir el futuro.

Dado lo anterior, se requiere una nueva forma de enseñar esas habilidades para responder al entorno más resiliente y eficiente

atendiendo con empatía las necesidades de los individuos.

Con ello, se promueve que los estudiantes piensen y actúen más como emprendedores. Parte de una serie de supuestos en la que el proceso creativo es fundamental para incentivar la manera de pensar del emprendedor y que les lleva a actuar a través de aplicar los conocimientos y tomar acción enfocándose más en el hacer y luego en el aprender, es decir, se trata de un aprendizaje situado y competencial.

Se incluyen cinco prácticas que son el juego, la empatía, la creación, la experimentación y la reflexión. Estas mismas prácticas son importantes que el profesor las desarrolle para posteriormente promoverlas en los estudiantes.

Con relación a la metodología design thinking, la cual es parte de la práctica de empatía para generar innovación tanto en el aula como para procesos de formación en la organización, destaca al permitir a los individuos acceder a herramientas de diseñadores para resolver problemas que no han podido ser resueltos con métodos más tradicionales o lineales ya que, involucra procesos cognitivos, actitudinales e interpersonales (Simon, citado en Neck, Green y Brush, 2014)

Desde la perspectiva cognitiva, se refiere a desarrollar un pensamiento inductivo es decir, lo que es y un razonamiento deductivo que se refiere a lo que debería ser y el razonamiento abductivo de lo que podría ser, éste último el más difícil de desarrollar por las personas, de ahí, la importancia del design thinking, ya que permite ser una herramienta para la creación o la identificación, el desarrollo de hipótesis e ideas que posteriormente pueden ser prototipadas y validadas posteriormente con mayor detalle con razonamiento inductivo y deductivo.

Con relación a la perspectiva actitudinal los pensadores diseñan y visualizan los retos como áreas de oportunidad para encontrar soluciones más innovadoras.

Finalmente, la parte interpersonal tiene que ver con la habilidad de la empatía, que consiste en comprender las necesidades de las personas a las que estamos diseñando un

producto o servicio, lo que conlleva un estudio de la vida de los usuarios y comprender a profundidad sus necesidades.

La empresa IDEO identifica que el design thinking tiene tres fases: Inspiración, Ideación e Implementación (Brown, 2008) mientras que el Instituto de Diseño de Stanford utiliza cinco fases o etapas empezando por la empatía, definir, idear, prototipar y validar.

En síntesis, design thinking es una metodología que ofrece la posibilidad de socializar, poner en juego la creatividad y aportar ideas a los procesos de co-creación mediante actividades participativas, por lo que constituye una alternativa adecuada para identificar los componentes para el perfil de egreso del programa emprendedor a través de procesos dialógicos y construcción conjunta.

3. MÉTODO

El objetivo del estudio fue: Reconocer los componentes para el perfil del emprendedor a través de la co-creación de los actores educativos mediante una estrategia innovadora de la metodología design thinking, cuyo antecedente fue el análisis de las categorías emergentes de la fase de reencuadre de dicha metodología.

3.1. Diseño

El método del estudio fue de enfoque cualitativo y de tipo descriptivo-interpretativo con la intención de recuperar las voces de los actores educativos, así como sus saberes y experiencias mediante procesos reflexivos, dialógicos y colaborativos.

3.2. Población

Los participantes en la investigación fueron 18, nueve estudiantes y nueve profesores que imparten asignaturas de los niveles de licenciatura y posgrado. Los participantes se convocaron a una sesión presencial por el grupo de investigación. La muestra lograda fue por cuotas y atendió a criterios de inclusión no probabilísticos.

3.3. Entorno

La investigación se realizó en el estado de Puebla en una institución de educación superior de tipo particular que cuenta con un programa para la formación de emprendedores desde los currícula de nivel licenciatura.

3.4. Intervenciones

La recolección de datos se realizó mediante instrumentos y técnicas basadas en la metodología design thinking: mapa de empatía, guía de preguntas, collage y guión temático para el relato narrativo grupal.

Las técnicas utilizadas durante la sesión para recopilar los datos fueron: discusión dirigida, trabajo colaborativo, saturación y agrupación, ampliación del marco, así como, relato narrativo.

Los participantes organizados en grupos representativos de su papel, ya sea, como estudiante o profesores de los niveles de licenciatura, maestría y doctorado, así como del área de conocimiento de su profesión.

Los grupos fueron coordinadores por un integrante del equipo de investigación, promovió el desarrollo de las actividades con la intención de favorecer la construcción colectiva.

Las consideraciones éticas que se atendieron en la investigación fueron: contar con el consentimiento informado, garantizar el anonimato de los testimonios y la autorización expresada para la videograbación.

3.5. Análisis

El análisis corresponde al enfoque cualitativo y al tipo de estudio interpretativo, por categorías emergentes que consiste en la identificación, organización e interpretación de unidades de análisis o significado. A este análisis antecede las categorías generadas de la fase de captura del reencuadramiento.

La estrategia analítica se inició con la transcripción de las videograbaciones a fin de preparar y disponer la información para su análisis. Una vez transcritas las videograbaciones, se realizó una bitácora de análisis en la que se plasmaron las primeras impresiones y hallazgos del equipo de investigación. Posteriormente, con el fin de sintetizar y estructurar la información transcrita, el siguiente paso fue la identificación de unidades de análisis, las cuales describen ideas completas que fueron agrupadas en segmentos temáticos distintos, congruentes con los componentes del perfil de egreso. Finalmente, los segmentos temáticos dieron lugar a las categorías emergentes, con base en el número de reiteraciones y su significado y relevancia en el marco del

estudio. Las categorías, referidas a los componentes del perfil se sometieron a un proceso de validación, a través de la revisión global por parte del equipo de investigación con el fin de confirmar si éstas verdaderamente transmitían el significado que los participantes externaron, si toda la información había sido considerada, y si, en general, tenían sentido, coherencia, consistencia y claridad. De esta manera, se determinaron los componentes del perfil de egreso.

4. RESULTADOS

Los resultados que se presentan corresponden a los componentes del perfil de egreso para el programa de emprendedores de la universidad en la que se realizó el estudio.

Los resultados derivan del desarrollo de una sesión de re-encuadramiento en la que se obtuvieron los componentes del perfil de egreso a través de la estrategia innovadora de diseño curricular basada en la metodología design thinking.

Dicha estrategia se desarrollo en una sesión de trabajo grupal que inició con la presentación de los objetivos y dinámica de la sesión a los participantes organizados por grupos de trabajo.

La actividad inicial consistió en la selección de imágenes que representaran la percepción de los participantes hacia la formación ideal del emprendedor en la universidad.

Posteriormente, a través de lluvia de ideas, respondieron a las preguntas guías y escribieron los pensamientos de todos los integrantes del grupo utilizando un post-it por cada idea expresada.

La siguiente actividad incluyó el agrupamiento de las ideas que surgieron sobre el perfil en la formación del emprendedor.

La ampliación del marco consistió en elegir la imagen que simbolice la formación del emprendedor en la universidad y ampliar su encuadre, es decir, incorporar otros elementos que antes no hubieran sido considerados.

A partir de las imágenes, se elaboró un collage, del cual se expusieron el proceso de construcción y los argumentos por lo que lo priorizaron.

La sesión continuó con la realización de la historia de un emprendedor y los elementos que inciden en el proceso con base en un guion temático y retomando las imágenes realiza una historia de un emprendedor y todo lo que incide en ese proceso. Un representante del grupo contó la historia del emprendedor mencionando los factores prioritarios en la historia.

Finalmente, se solicitó a los grupos que simbolizaran en una persona, la formación emprendedora ideal en la institución y describieran su personalidad, los rasgos que lo distinguen y complementaran el mapa de empatía indicando lo que piensa, escucha, ve, dice y siente.

La actividad de los participantes en la sesión finalizó con la plenaria en la que los grupos participantes compartieron las dimensiones fundamentales en la formación del emprendedor y colocaran todas las ideas generadas pertenecientes a esas categorías.

Por parte del equipo de investigación se realizó una reflexión final sobre los hallazgos y se agradeció a los participantes su colaboración.

En coherencia con el enfoque cualitativo de la investigación, la categorización fue el método para analizar la información obtenida tomando en cuenta lo que Gibbs (2012) señala: en el análisis, es preciso alejarnos de las descripciones, en especial del uso de los términos del entrevistado, y hacer uso de un nivel de codificación más centrado en categorías, más analítico y teórico.

El análisis realizado permite obtener secciones textuales de los relatos de los participantes (Sparkes y Devís-Devís, 2008). Con base en la disposición de los datos por categorías temáticas que permitan su clasificación e interpretación. Dichas categorías fueron a priori.

El carácter cualitativo del análisis se justifica ya que permite reconocer las diferentes posiciones, opiniones y versiones de los sujetos en cuanto a su propia observación y mirada de la realidad en relación con la problemática de la investigación.

Para este fin, se reconoce una co-construcción en el trabajo investigativo; desde

la construcción de una guía base para las entrevistas y las intervenciones suscitadas en los encuentros, se desarrolla una experiencia entre lo expresado por los participantes y las preguntas y gestos del investigador. Es decir, se reconoce a los participantes como observadores de su realidad, por lo que el investigador es un observador de estos otros observadores que buscan interpretar las narrativas (Echeverría, 2005)

A su vez, esta investigación propone la identificación de componentes del perfil de egreso del emprendedor en el que se reconoce el paradigma social de la formación de emprendedores.

Las categorías surgidas en la actividad inicial fueron: formación en la responsabilidad, motivación, compromiso, resiliencia, liderazgo, trabajo en equipo, creatividad, ambiente agradable, impacto y responsabilidad social, redes de colaboración y uso de tecnologías.

Con base en las actividades para el reencuadre las características que se identificaron corresponde una perspectiva holística y más compleja del emprendedor, en donde se identificaron: inteligencia emocional, trabajo colaborativo, aspectos financieros, focalización, contexto, ecosistema y condiciones para el emprendimiento.

Surgió la categoría relacionada con las condiciones para emprender, donde destacan: circunstancias económicas, actividades del contexto del emprendimiento como son: innovación, investigación, transformación, redes de colaboración con empresas.

Los resultados permiten integrar una propuesta de componentes de perfil de egreso del programa emprendedores co-creada por estudiantes y profesores mediante la metodología design thinking desde una perspectiva competencial que integra: saberes conceptuales, procedimentales y actitudinales situados en contexto.

5. CONCLUSIONES

Los componentes del perfil de egreso del programa emprendedor desde el enfoque basado en competencias representan un conjunto de saberes conceptuales, procedimentales y actitudinales que se

movilizan ante situaciones concretas que requieren un desempeño.

Desde la perspectiva de los actores educativos, los componentes del perfil de egreso son:

En cuanto a los saberes conceptuales es del perfil de egreso destacan los aspectos disciplinares relacionados con el producto o servicio objeto del emprendimiento, así como en los cuestiones administrativas, financieras, normatividad y marco legal inherentes al desarrollo de proyectos de emprendimiento.

En el componente de saberes procedimentales destacan desde la visión de los estudiantes y profesores: con relación a la habilidad para hacer y llevar a cabo proyectos personales, profesionales y planes de vida, así como los conocimientos para evaluar y determinar sus intereses, limitaciones y necesidades, mostrando la complejidad de dichos procesos.

Con relación a los aspectos actitudinales que incluyen las dimensión personal y relacional, los componentes que se consideran para integrar en el perfil de egreso del programa emprendedor son en la dimensión personal: constancia, motivación, compromiso proactividad, perseverancia, creatividad, autoconfianza, toma de riesgos; y en la dimensión relacional: liderazgo, trabajo en equipo, adaptabilidad y comunicación.

Lo anterior, se contrasta con lo planteado por (Leyva-Carreras, et al., 2019, p.129) “Los resultados aquí presentados dan validez al identificar que las habilidades de logro en el emprendimiento se fundamentan en el trabajo realizado a través de las habilidades personales —autoconfianza—, intelectuales —capacidad para identificar problemas— y sociales —trabajo en equipo— por parte del alumno.”

Un componente fundamental, desde el enfoque de competencias lo constituye el contexto, por tanto situar las estrategias de aprendizaje del estudiante, favorecerá experimentar condiciones del entorno que en este caso corresponden al ecosistema del emprendimiento, tales como la gestión y acceso a recursos, situaciones de riesgo, generación y uso de redes.

Cabe destacar que la finalidad del emprendimiento, fue un hallazgo relevante en estrategia para la identificación de componentes del perfil de egreso de programa emprendedor, al resaltar un paradigma emergente que desplaza la centralidad en la generación de empleo y de riqueza como fines del emprendimiento y pone de relieve el compromiso, la responsabilidad y el impacto social desde las dimensiones personal, familiar y social, orientadas más que a la empleabilidad, a la atención de problemáticas sociales tales como la pobreza, la situación ambiental y la sustentabilidad.

Finalmente, se puede afirmar que los estudiantes y profesores través de su participación en una estrategia innovadora basada en la metodología design thinking aplicada en procesos de diseño curricular, participaron en la co-creación de los componentes del perfil de egreso del programa emprendedor, lo que implicó situarse en contextos colaborativos en donde reflexionaron, retomaron vivencias, se relacionan con otros para compartir, dialogaran razonadamente, decidieron y pusieron en común las ideas que permitieron reconocer los componentes del perfil de egreso para el programa emprendedor.

Las conclusiones del estudio permiten reconocer la importancia de que las propuestas formativas de las universidades articulen desde el proyecto curricular las intenciones, estrategias, medios y resultados para la formación de emprendedores con perspectivas dialógicas que recuperen expectativas y experiencias de los estudiantes y los profesores como actores educativos.

Se reconoce la necesidad de tener como base de las propuestas formativas el desarrollo personal, la formación específica y necesaria para el desarrollo de los proyectos emprendedores, así como también la vinculación de la universidad con el sector empresarial, las organizaciones públicas y privadas y el gobierno.

REFERENCIAS

- Bennett, E. E. & McWhorter, R. R. (2019). Social Movement Learning and Social Innovation: Empathy, Agency, and the Design of Solutions to Unmet Social Needs. *Advances in Developing Human Resources*, 21(2), 224-249.
- Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior. (2016). Plan de Desarrollo Institucional. Visión 2030. México: ANUIES.
- Croda-Borges, Gabriela; Paredes-Aldama, Olivia; Dominguez-Paredes, Ana-Laura & alvarez-Tamayo, Dora. (2017). Reencuadre y categorización para la formación universitaria de emprendedores. *Vinculatégica EFAN*. 3 (1) 185 - 191. Recuperado de: <http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/Revistas/R3/185%20-%20191%20-%20Reencuadre%20y%20categorizacion%20para%20la%20formacion%20universitaria%20de%20emprendedores.pdf>
- Chávez Moreno, E. A. (2020). Análisis comparativo de competencias emprendedoras entre estudiantes de la UABC. *RIDE Revista Iberoamericana Para La Investigación y el Desarrollo Educativo*, 10(20). <https://doi.org/10.23913/ride.v10i20.646>
- Deeley, S. (2016). *El Aprendizaje-Servicio en educación superior. Teoría, práctica y perspectiva crítica*. Madrid: Narcea.
- Flores-Aguilar, Edilberto. (2019). Diseño de un Centro para Emprendedores en una Escuela Profesional de Ingeniería aplicando el Modelo Lean Canvas. *Formación universitaria*, 12(6), 151-166. Recuperado de: <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062019000600151>
- Gibbs, G. (2012) *Análisis de datos cualitativos en investigación cualitativa*. Colección: Investigación Cualitativa. Ediciones Morata. Madrid.
- Gimeno, J., Feito, R., Perrenoud, P. y Linuesa, M. (2012). *Diseño, desarrollo e innovación del currículum*.
- Huerta J., Pérez, S. y Castellanos A. (2009). Desarrollo curricular por competencias profesionales integrales. *Revista Educar*, (13).
- Leyva-Carreras, A. M.; Alcántara-Castelo, J. R.; Espejel-Blanco, J. E.; Coronado-García, M. A. (2019). Formación del perfil emprendedor en educación superior en la Universidad de Sonora, México. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (86), 115- 132. DOI: Recuperado de: <https://doi.org/10.21158/01208160.n86.2019.2293>
- Matthews, H. C. y Brueggemann, R. (2015). *Innovation and Entrepreneurship. A competency framework*. Nueva York, EUA y Inglaterra, Londres. Ed. Routledge. Taylor & Francis Group.
- Neck, M.H., Greene. G. P., Brush, G. C. (2014). *Teaching Entrepreneurship. A Practice-Based Approach*. Northampton, MA, EUA y Cheltenham, UK. Ed. Edward Elgar.
- Quejada, R. y Avila, N. (2016) Aproximación al perfil del emprendedor en América Latina, En *Revista Panorama Económico*. ISSN 0122-8900, ISSN-e 2463-0470. No. 24, Cartagena.
- Rodrigo A.-V. , Villardón-Gallego, L. Elexpuru-Albizuri, I. Propuesta y validación de un perfil de competencias de la persona emprendedora. Implicaciones para la formación. Recuperado en: <http://www.investigacion-psicopedagogica.org/revista/new/ContadorArticulo.php?787>
- Sáenz, N. y López, A. (2015). Las competencias de emprendimiento social, COEMS: Aproximación a través de programas de formación universitaria en Iberoamérica. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, (119), 159-182.
- Sánchez, J., Ward, A., Hernández, B. & Florez, J. (2017). Educación emprendedora: Estado del arte. *Propósitos y Representaciones*, 5(2), 401-473. <https://dx.doi.org/10.20511/pyr2017.v5n2.190>
- Sparkes, A. y Devís-Devís, J. (2008). La investigación narrativa y sus formas de análisis: una visión desde la educación física y el deporte. En W. Moreno y S.M. Pulido (eds.), *Educación cuerpo y ciudad: el cuerpo en las interacciones e instituciones sociales* (pp. 43-68). Medellín: Funámbulos